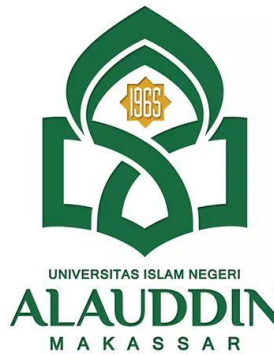


**STRATEGI DAGANG YANG DITERAPKAN PEDAGANG SAYUR
KELILING DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
DI KECAMATAN MAPILLI KABUPATEN
POLEWALI MANDAR
SULAWESI BARAT**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Islam
pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Oleh :

PURNAMA
NIM 10200112060

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
2016**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji syukur tiada hentinya penulis haturkan kehadiran Allah swt yang maha pemberi petunjuk, anugerah dan nikmat yang diberikan-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Strategi Dagang Yang Diterapkan Oleh Pedagang Sayur Keliling Di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”. Allahumma Shalli 'Ala Muhammad, penulis curahkan kehadiran junjungan umat, pemberi syafaat, penuntun jalan kebajikan, penerang dimuka bumi ini, seorang manusia pilihan dan teladan kita, Rasulullah saw, beserta keluarga, para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman, Amin.

Penulis merasa sangat berhutang budi pada semua pihak atas kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga sewajarnya bila pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan semangat dan bantuan, baik secara materiil maupun spiritual. Skripsi ini terwujud berkat uluran tangan dari insani-insani yang telah digerakkan hatinya oleh sanh khaliq untuk memberikan dukungan, bantuan dan bimbingan bagi penulis.

Oleh karena itu, penulis menghaturkan terimakasih dan rasa hormat yang tak terhingga dan teristimewa kepada kedua orang tuaku, Ayahanda dan Ibunda tercinta **Hasanuddin Waris** dan **Hj. Nuraeni** yang merupakan motivator terbesar dalam hidupku dan pengorbanannya yang telah melahirkan, mengasuh, memelihara, mendidik, dan membimbing penulis dengan penuh kasih sayang hingga penulis dapat menyelesaikan studi.

Selanjutnya ucapan terimakasih dan penghargaan yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan kepada

1. Bapak Prof. Dr. Musafir Pabbabari M.S selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar beserta Wakil Rektor I, II, dan III atas segala fasilitas yang diberikan dalam menimba ilmu didalamnya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta Wakil Dekan I, II, dan III atas segala fasilitas yang diberikan dan senantiasa memberikan dorongan, bimbingan dan nasihat kepada penulis.
3. Dr. Rahmawati Muin, M.Ag dan selaku Ketua dan Drs. Thamrin Logawali, Mh selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa memberikan dorongan, bimbingan dan nasehat kepada penulis.
4. Drs. Thamrin Logawali, MH. dan Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, yang telah banyak meluangkan

waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Kepala Camat A. Afandi Rahman, ST, M.SI, selaku kepala Kantor Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat yang telah bersedia menerima dan bekerja sama dengan peneliti untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.
6. Kepada teman-teman kelas Ekonomi Islam 3-4 dan rekan-rekan mahasiswa angkatan 2012 tanpa terkecuali terimakasih atas kebersamaannya menjalani hari-hari perkuliahan, semoga menjadi kenangan yang tak terlupakan
7. Teristimewa kepada sahabat-sahabat (Hardiansya, Erwin, Jamaluddin, Rahmawati, Nurlela Santi, Latifatul mutmainnah, Baharuddin) yang senantiasa memberikan semangat, nasihat dan dukungan kepada penulis sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt, penulis memohon ridho dan magfirah-Nya, semoga segala dukungan serta bantuan semua pihak mendapat pahala yang berlipat ganda disisi Allah Swt, Semoga karya ini dapat bermanfaat kepada para pembaca, Amin.

Wassalam.

Samata-Gowa, 2016

PURNAMA

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1-13
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus penelitian dan Deskripsi Fokus	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN TEORITIS	14-45
A. Pengertian Ekonomi Islam.....	14
B. Pengertian Etika Bisnis Islam	18
C. Pengertian Strategi	20
D. Pengertian Pedagang.....	26
E. Konsep Pedagang Keliling.....	30
F. Perdagangan dan Pemasarn Dalam Islam.....	35
G. Bentuk-Bentuk Perdagangan Dalam Islam	39
H. Rerangka Konseptual.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	46-52
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	46
B. Pendekatan Penelitian	47
C. Sumber Data.....	47
D. Metode Pengumpulan Data.....	47
E. Instrumen Penelitian.....	49
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	50
G. Pengujian Keabsahan Data	51

BAB IV HASIL PENELITIAN	53-66
A. Gambaran Umum Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat	53
B. Analisis Strategi Dagang Yang di Terapkan oleh Pedagang Sayur Keliling di Kecamatan Mapilli	58
BAB V PENUTUP	67-68
A. Kesimpulan	67
B. Saran-saran.....	68
KEPUSTAKAAN	69-70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	80

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Purnama

NIM : 10200112060

Tempat/Tanggal Lahir : Katumbangan, 27 Maret 1994

Jenjang Pendidikan : Strata satu (S-1)

Program : Sarjana

Jurusan : Ekonomi Islam

Alamat : Jl. Manuruki Raya

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa Skripsi yang berjudul “*Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat*” adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebahagian atau seluruhnya, maka disertai dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, Februari 2017

Yang Menyatakan,

PURNAMA

Nim. 10200112060

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”, yang disusun oleh Purnama, Nim: 10200112060, mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah di uji dan dipertahankan dalam siding munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Jumat, tanggal 9 Desember 2016 M, bertepatan dengan 9 Rabi’ul-Awwal 1438 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, dengan beberapa perbaikan.

Samata, 22 Februari 2017 M
19 Jumadil-Akhir 1438 H

Dewan Penguji

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag.	(.....)
Munaqasyah I	: Dr. Rahmawati Muin, M.Ag.	(.....)
Munaqasyah II	: Mustofa Umar, S.Ag., M.Ag.	(.....)
Pembimbing I	: Drs. Thamrin Logawali, MH.	(.....)
Pembimbing II	: Prof. Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd.	(.....)

Di ketahui Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag

NIP.19581022 198703 1 002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulis skripsi Saudari PURNAMA, NIM: 10200112060, mahasiswa Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi proposal yang bersangkutan dengan judul, **“Strategi Dagang yang Diterapkan Pedagang Sayur Keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”** memandang bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan kesidang *munaqasyah*

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Makassar, 6 Desember 2016

Pembimbing I



Drs. Thamrin Logawali, MH.
NIP. 19551024 198703 1 001

Pembimbing II



Dr. Mukhtar Lutfi, M.Pd
NIP. 1964070 619910 3 003

ABSTRAK

Nama : Purnama
Nim : 10200112060
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
**Judul : Strategi dagang yang diterapkan pedagang sayur keliling
dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli
Kabupaten Polewali Mandar**

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui strategi dagang yang diterapkan oleh para pedagang sayur keliling di kecamatan Mapilli dan apakah strategi yang diterapkan tersebut telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisis data penelitian.

Model Analisis data yang digunakan ialah uji Tri Angulasi teori dan data. Metode ini digunakan dengan cara membandingkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Hal tersebut berguna untuk memberikan perbandingan data diantara objek penelitian yakni antara pedagang itu sendiri dan konsumen. Hal ini sangat membantu peneliti dalam mengungkapkan fakta sebenarnya yang terjadi di lapangan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam strategi dagang yang di terapkan oleh para pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli diantaranya ; strategi dalam menetapkan harga, strategi dalam penjualan barang (produk), strategi dalam mencari pelanggan serta mempertahankan pelanggan dan strategi dalam pengambilan keuntungan. Berdasarkan triangulasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa strategi dagang yang diterapkan oleh para pedagang sayur keliling belum sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan observasi langsung dan wawancara dengan beberapa konsumen yang mengungkapkan bahwa terdapat beberapa pedagang sayur keliling yang menjual dagangannya dalam keadaan yang tidak segar, seperti sayuran-sayuran yang sudah layu (tidak segar), dan juga adanya barang dagangan lain seperti ikan yang matanya sudah memerah dan lain-lain sebagainya. Hal tersebut memberikan indikasi bahwa strategi dan implikasi tidak berjalan sesuai yang seharusnya.

Kata Kunci : *Perspektif Ekonomi Islam*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang mengurus semua hal dalam kehidupan manusia. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara hablum minallah (hubungan dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan sesama manusia). Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia sebagai makhluk sosial tidak lepas dari hubungannya dengan orang lain. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain disebut mu'amalah (perdagangan). Dalam agama Islam selain ajarannya yang pokok tentang keimanan dan ibadah kepada Allah, ajaran muamalah untuk mengatur hubungan sesama manusia tidak kalah pentingnya. Ukuran keimanan seorang muslim tidaklah cukup dengan ibadahnya belaka, tetapi soal muamalah, sosial ekonomi dijadikan pula Nabi sebagai ukuran bagi keimanan seseorang.

Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan dengan cara berbisnis. Oleh sebab itu Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi segala kebutuhan hidup mereka.

Keragaman para pedagang dan berbagai faktor yang mendasari baik interen maupun eksteren menjadikan perilaku dan strategi berdagang para pedagang yang berbeda-beda, mulai dari mempromosikan barang, memberikan harga diskon, ataupun menjual barang-barang dengan harga yang lebih murah dibanding dengan pedagang lainnya. Mereka saling beradu strategi untuk menarik perhatian para pembeli.

Islam memandang bahwa transaksi dalam bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan, namun keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariah Islam. Ketentuan syariah baik dalam modal, strategi, proses, maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat syari'at yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Islam mengajarkan kepada umat manusia untuk mengadakan kerja sama dalam aktivitas muamalah supaya saling menguntungkan satu sama lain. Sebagaimana firman Allah Swt. QS. An-Nisa / 4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu¹.

Ayat di atas menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Transaksi muamalah yang berhubungan

¹Al-Hikmah, *An-Nisa* (4) : 29,(Cet 6 ; Bandung : Diponegoro, 2007) , h. 83

dengan harta, seperti anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dalam segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syari'at Islam. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas suka sama suka, saling ridha, saling ikhlas. Artinya bahwa setiap transaksi perdagangan yang dilakukan tidak boleh menghakimi salah satu pihak sehingga pihak lain akan merasa dirugikan. Transaksi yang terjadi harus disetujui dan diridhoi oleh kedua belah pihak sehingga setelah terjadi proses transaksi tidak akan ada pihak yang merasa terzalimi oleh pihak yang lain dan pada akhirnya mendapat rahmat dari Allah swt. dan dalam ayat ini, Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini sebagai wujud dan kasih sayang-Nya.

Kecenderungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan masalah etika. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan. Kondisi ini menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya yang kecil makin tertindas. Kondisi yang kacau ini relatif mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis. Menghadapi kecenderungan tersebut, Al-Qur'an relatif banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas.

Sebagaimana firman Allah swt. QS. Asy-Sya'araa' /26:183

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Terjemahnya :

Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.²

Hal ini yang akan penyusun teliti terkait dengan strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang keliling dalam perspektif Ekonomi Islam yang terletak di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat. Terbukti sektor perdagangan secara keliling di Kecamatan tersebut relatif berkembang karena secara tidak langsung wilayah Kecamatan Mapilli yang memiliki warga yang lebih memilih untuk berbelanja atau membeli kebutuhan-kebutuhan pokok seperti sayur dan semacamnya pada pedagang keliling.

Observasi awal peneliti sedikitnya telah memperoleh informasi tentang strategi-strategi apa yang dilakukan oleh beberapa pedagang. Seperti memberikan harga dibawah harga pasar pada beberapa jenis barang dagangannya, memberikan fasilitas, kredit, bonus (pemberian secara Cuma-Cuma), serta membeli jenis-jenis sembako yang bisa diperjual belikan dan membaginya menjadi beberapa bagian sehingga mendapat keuntungan yang lebih banyak serta menjualnya dengan strategi yang bisa membuat pelanggan tertarik untuk membeli barang dagangannya.

Namun menurut penyusun, terdapat penyimpangan ekonomi dalam perspektif Islam dalam strategi dagang yang dilakukan oleh beberapa para pedagang keliling di

² Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 370.

Kecamatan Mapilli. Yaitu terkadang mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas biasa/buruk, yang kemudian tidak bersikap jujur atau transparan untuk menerangkan terlebih dahulu perihal dagangannya sehingga hal demikian akan merugikan orang lain.

Islam menghalalkan jual beli yang termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara Islam, harus menggunakan tatanan atau aturan main bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah Swt di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan bagaimana etika yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah Swt. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.

Seorang pedagang harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang diputuskan dalam menjual barang dagangannya. Sering pedagang mengabaikan apakah strategi tersebut menggunakan cara yang halal atau haram. Hal ini dimaksudkan agar seorang pedagang dalam menjalankan usahanya berada dalam batas-batas yang ditentukan oleh syariah, sehingga strategi yang digunakan tidak merugikan pihak lain.

Sebagaimana firman Allah swt. QS. Al-Isra/17: 35

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Terjemahnya :

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya³

Ayat di atas memberikan penjelasan kepada kita bahwa sesungguhnya Allah swt telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pedagang khususnya untuk berlaku jujur dalam menimbang, menakar dan mengukur barang dagangan. Hal ini dilarang karena kebiasaan melakukan kecurangan menimbang, menakar, dan mengukur dalam dunia perdagangan akan menjadi cikal bakal dari bentuk kejahatan lain yang jauh lebih besar. Hal tersebut merupakan suatu perbuatan yang sangat keji dan culas, lantaran tindak kejahatan tersebut bersembunyi pada hukum dagang yang telah disahkan oleh pemerintah maupun masyarakat.

Rasulullah Saw, sendiri ikut serta dalam perdagangan atas nama khadijah, berkat pengalaman Beliau dalam Perdagangan. Beliau pernah bersabda :

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

³Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 284.

Artinya :

“Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah ‘terpercaya’ (akan dibangkitkan pada hari kiamat) bersama para nabi, shiddiqiin dan syuhada.⁴”

Dari latar belakang sebagaimana dikemukakan di atas, maka penyusun merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai “Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Sayur Keliling Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat”.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Penelitian ini difokuskan pada Strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli dengan ruang lingkup penelitian didasarkan pada Perspektif Ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti membuat pokok masalah menjadi dua yaitu :

1. Apakah strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat ?
2. Bagaimanakah strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat?

⁴ Abu Sa'id Al-Khudri, *Hadist Riwayat At- Tirmidzi*, h.45

D. Kajian Pustaka

Penelitian mengenai strategi dagang yang diterapkan pedagang sayur keliling dalam perspektif ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya yang dilakukan oleh Anis Maisaroh, yang dimuat dalam jurnal riset edisi 1 Tahun 2014 dengan judul penelitian “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat”. Penelitian yang bersifat kualitatif ini menyimpulkan bahwa :

1. Model strategi marketing yang diterapkan oleh pasar Banjarsari Ciamis Jawa khususnya pedagang adalah sebagai berikut:

a. Dari segi produk, strategi yang digunakan bervariasi seperti menunjukkan mana produk yang berkualitas super dan mana produk yang berkualitas standar. adapun pedagang yang menjual barang dagangannya dengan mencampurkan barang dagangannya. Antara barang berkualitas baik dengan barang berkualitas biasa/buruk dengan harapan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Salah satu strategi yang digunakan antara pedagang dengan distributor yaitu ketika pembelian semakin banyak maka potongan yang dikenakan akan semakin besar. Sistem penjanjian yang dibuat kepada pihak distributor dalam pemesanan barang berbeda-beda antara pembelian secara tunai maupun kredit. Namun kerap terjadi praktek menimbung barang yang dilakukan oleh pedagang pasar Banjarmasin yang sangat rawan ketika menjelang Ramadhan sampai Idul Fitri dikarenakan kebutuhan barang seperti sembako dan sandang cukup meningkat.

- b. Dari segi harga, naik turunnya harga di Pasar Banjarmasin tidak selalu disebabkan oleh adanya ketidakadilan dari beberapa pelaku yang bertransaksi. Terkadang penyebabnya adalah defisit atau penurunan terhadap barang yang diminta, atau tekanan pasar. Secara umum, produsen atau penjual dalam menentukan harga dari barang-barang yang akan ditawarkan (dijual) berpedoman pada dua hal yaitu biaya produksi yang dikeluarkan (ongkos bahan dan alat, upah tenaga kerja, banyaknya waktu atau keahlian yang dicurahkan) dan berpedoman pada laba yang diinginkan, yang merupakan sumber penghasilan
- c. Dari segi promosi, kegiatan promosi para pedagang sembako di pasar Banjarsari pada umumnya memberikan fasilitas kredit, diskon, bonus, dan juga menyediakan harga paket atau sering dikenal dengan paket super hemat.

2. Bahwa strategi marketing pedagang Pasar Banjarsari Ciamis Jawa Barat dengan tinjauan hukum Islam, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Produk yang diperdagangkan oleh pedagang Pasar Banjarsari sudah memenuhi aspek kehalalan dan boleh diperdagangkan sebagaimana pandangan hukum Islam sepanjang komoditas yang diperdagangkan itu tidak mengandung mudarat, maka sepanjang itu pula transaksi perdagangan diperbolehkan.
- b. Pedagang yang menjual barang dagangannya dengan mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas baik dengan barang yang berkualitas biasa/buruk, kemudian tidak bersikap jujur untuk menerangkan terlebih dahulu perihal dagangnya. Maka hal tersebut tidak diperbolehkan karena Islam

mengharamkan segala bentuk penipuan baik dalam masalah jual beli maupun dalam transaksi muamalah lainnya.

- c. Potongan harga yang diberikan oleh pihak distributor kepada pedagang merupakan sebuah strategi bisnis dan *service* terhadap pelanggan, tidak adanya unsur pemaksaan karena adanya asas saling menguntungkan serta kerelaan kedua belah pihak. Maka hal seperti ini diperbolehkan di dalam Islam.
- d. Pedagang yang menimbun barang dengan tujuan spekulasi, sehingga ia mendapatkan keuntungan yang besar di atas keuntungan normal atau dia menjual hanya sedikit barang untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi. Maka hal tersebut sangat bertentangan dengan hukum Islam.
- e. Terjadinya kenaikan harga yang dipengaruhi oleh adanya permintaan dan didasarkan pada kenaikan harga yang berlandaskan metode penetapan harga berbisnis permintaan dan laba, diperbolehkan dan halal hukumnya.
- f. Adapun kenaikan harga terlalu tinggi yang dilakukan oleh pedagang pasar Banjarsari seperti pemanfaatan situasi menjelang bulan Ramadhan sampai lebaran dengan maksud untuk memperoleh keuntungan yang lebih banyak maka hal tersebut dilarang dalam hukum Islam karena tidak sesuai dengan prinsip muamalah.
- g. Strategi dalam memberikan fasilitas kredit, bonus, diskon, ataupun harga paket menurut penyusun halal dan diperbolehkan, karena hal tersebut merupakan suatu perbuatan terpuji yang dianjurkan Rasulullah Saw, dengan memberikan fasilitas

tersebut kita dapat membuat orang lain dari kesusahannya, dan dari sanalah akan timbul rasa kasih sayang, menghormati dan menghargai.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Munzirin berjudul: Strategi Pemasaran Perspektif Syariah (Jurnal Ekonomi Ideologis)⁵, dijelaskan bahwa menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang lengkap, yang berarti mengurus semua hal dalam hidup manusia. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat; antara *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia). Ajaran Islam lengkap karena Islam agama terakhir sehingga harus mampu memecahkan berbagai masalah besar manusia. Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah saw, seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur. “Sepanjang perjalanan sejarah, kaum Muslimin merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan, mereka berjalan di atas adab Islamiah.

⁵Ahmad Munzirin, “Strategi Pemasaran Perspektif Syariah”, dalam *Jurnal Ekonomi Ideologis*, Vol. 3. No. 2. Maret 2009, h. 2-5.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitin

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui kesesuaian strategi pedagang sayur keliling dengan prinsip ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat
- b. Mengetahui strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang Sayur keliling di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang akan diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran ilmu ekonomi Islam.
- b. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan bagi para pedagang sayur di Kecamatan Mapilli yang ingin menyesuaikan strateginya supaya tidak bertentangan dengan prinsip dasar Ekonomi Islam.

G. Sistematika Penulisan

Komposisi tulisan ini terdiri dari lima bab. Setiap bab diuraikan dalam beberapa sub-bab yang merupakan rincian dari pokok-pokok pembahasan.

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan lima sub bab yang merinci mengenai pokok-pokok utama pembahasan yang berkaitan dengan judul penelitian. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, fokus

penelitian dan deskripsi fokus, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan dan kegunaan penelitian serta komposisi bab (*outline*).

Bab II Tinjauan Teoretis.

Pada bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penulisan sesuai dengan judul yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini, penulis akan membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian, seperti jenis dan lokasi penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik pengolahan dan analisis data dan pengujian keabsahan data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan mengenai hasil penelitian dan pembahasannya

Bab V Penutup

Di dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan dari penelitian serta saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang didapatkan di lapangan.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam memiliki sifat dasar sebagai ekonomi Rabbani dan Insani. Dikatakan ekonomi Rabbani karena ekonomi Islam sarat dengan tujuan dan nilai-nilai Ilahiyah. Sedangkan ekonomi Islam dikatakan memiliki dasar sebagai ekonomi Insani, karena sistem ekonomi Islam dilaksanakan dan ditunjukkan untuk kemaslahatan manusia. Hal ini dapat dipahami melalui nilai-nilai dasar yang mengilhami ekonomi Islam sebagai berikut :

1. Konsep Tauhid
2. Konsep Rububiyah
3. Konsep Khalifah
4. Konsep Tazkiyah¹¹

Konsep tauhid ini menjelaskan tentang keesaan Allah, yaitu bagaimana hubungan manusia dengan Allah serta hubungan manusia dengan manusia dengan sesamanya dan alam sekitarnya semua mesti serasi dengan nilai – nilai yang telah ditetapkan Allah.

Konsep Rububiyah menjelaskan bahwa peraturan yang ditetapkan Allah bertujuan untuk memelihara dan menjaga kehidupan manusia ke arah kesempurnaan dan kemakmuran.

¹¹Hulwati, *Ekonomi Islam*, (Cet. 1 ; Kertamukti : Ciputra Press Group, 2006), h. 15.

Konsep khalifah ini menetapkan bahwa manusia sebagai khalifah seperti yang telah ditegaskan dalam Al-Qur'an.

Konsep Tazkiyah ini merupakan konsep yang membentuk kesucian jiwa dan ketinggian akhlak.

Perspektif ekonomi Islam, ada satu titik awal yang benar-benar harus kita perhatikan yaitu ekonomi dalam Islam itu sesungguhnya bermuara kepada akidah Islam, yang bersumber dari syariatnya. Ini baru dari satu sisi. Sedangkan dari sisi lain ekonomi Islam bermuara pada Al-Qur'an al-karim dan As-Sunnah Nabawiyah yang berbahasa arab.¹²

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan baik secara *vertical* maupun *horizontal*, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika ke Islaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala, dalam (QS. An-Nisaa: 29).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

¹²Mustafa Edwin Nasution dan Muhammad Arief Mufraeni, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : 2010), h. 15.

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹³

Berdasarkan ayat tersebut, Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Berdagang penting dalam Islam. Begitu pentingnya, hingga Allah Subhanahu wa ta'ala menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi nabi. Ini menunjukkan Allah Subhanahu wa ta'ala mengajarkan dengan kejujuran yang dilakukan oleh Muhammad bin Abdullah saat beliau menjadi pedagang bahwa dagangnya tidak merugi, namun malah menjadikan beliau pengusaha sukses. Oleh karena itu, umat Islam (khususnya pedagang) hendaknya mencontoh beliau saat beliau berdagang.

Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu pengetahuan yang lahir melalui proses pengkajian keilmuan yang panjang. Pada awal terjadi sikap pesimis berkaitan dengan eksistensi ekonomi Islam dalam kehidupan masyarakat saat ini. Hal ini disebabkan pada masyarakat telah terbentuk pemikiran bahwa harus terdapat dikotomi antara agama dan keilmuan dalam hal ini termasuk ilmu ekonomi. Akan tetapi, hal ini mulai terkikis. Para ekonom barat pun mulai mengakui eksistensi ekonomi Islam ilmu ekonomi yang memberikan warna kesejukan dalam perekonomian dunia. Ekonomi Islam dapat menjadi suatu sistem ekonomi alternatif yang mampu meningkatkan

¹³ Al-Hikmah, *An-Nisa* (4) : 29, (Cet 6 ; Bandung : Diponegoro, 2007) , h. 83

kesejahteraan umat, tidak seperti sistem ekonomi kapitalis dan sosialis yang telah terbukti tidak mampu meningkatkan kesejahteraan umat.

Menurut Dewan Raharjo memilih istilah ekonomi Islam dalam tiga kemungkinan pemakaian berikut :

1. Ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai ajaran Islam.
2. Ekonomi Islam adalah suatu sistem menyangkut pengaturan, yaitu pengaturan tentang kegiatan ekonomi dalam masyarakat atau negara berdasarkan cara atau metode tertentu.
3. Ekonomi Islam dalam pengertian perekonomian umat Islam.¹⁴

Definisi ekonomi Islam juga dikemukakan oleh Ume Chapra bahwa ilmu ekonomi Islam diartikan sebagai cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya alam yang langka yang sesuai dengan maqashid, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan, membentuk solidaritas keluarga, sosial, dan jaringan masyarakat.

Menurut teori diatas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan yang membantu manusia dalam memudahkan melakukan kegiatan ekonomi tanpa adanya paksaan dari individu lainnya sehingga akan menciptakan kehidupan ekonomi syariah yang baik.

Muhammad Abdul Manan berpendapat bahwa ekonomi Islam dapat dikatakan sebagai ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat yang di ilhami oleh nilai – nilai Islam. Ia mengatakan bahwa ekonomi Islam merupakan bagian dari tata kehidupan lengkap, berdasarkan sumber hukum Islam, yaitu Al-Quran, As-sunnah, Ijma, dan qiyas.¹⁵

¹⁴ Dewan Raharjo, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Cet 1; Jakarta : Sinar Grafika, 1990), h. 25.

¹⁵ Muhammad Abdul Manan, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Rajawali, 1992), h. 30.

Secara umum ekonomi Islam dapat didefinisikan sebagai perilaku individu muslim dalam setiap aktivitas ekonomi syariahnya harus sesuai dengan tuntutan syariat Islam dalam rangka mewujudkan maqashid syariah (agama, jiwa, akal, nasab, dan harta). Tujuan yang ingin dicapai dalam suatu sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar dalam Islam, yaitu Tauhid dan berdasarkan rujukan pada Al-Quran dan As-sunnah.¹⁶

B. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas, ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, sebagai berikut :

1. Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.
2. Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.
3. Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Alfazul Rahman dalam bukunya, “Muhammad A Trader” menyatakan bahwa Rasulullah adalah pebisnis yang jujur dan adil dalam membuat perjanjian bisnis. Ia tidak pernah membuat para pelanggannya mengeluh. Dia selalu menjaga janjinya dan menyerahkan barang-barang yang dipesan dengan tepat waktu. Muhammad sallallahu alaihi wasallam pun senantiasa menjawab menunjukkan rasa tanggung jawab yang besar dan integritas yang tinggi dalam berbisnis. Dengan kata lain, beliau melaksanakan prinsip manajemen

¹⁶Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Cet 1; Bandung : CV. Pustaka Setia, 2015), h. 18-23.

bisnis modern. Yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, kemampuan, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif.¹⁷

Etika Bisnis Islam (EBI), dapat disimpulkan bahwa itu dapat membekali pihak pembaca atau mahasiswa pengetahuan dan pandangan (*anoutlook*) bahwa ia merupakan hal yang vital dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Sebagaimana di ungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa EBI punya fungsi substansial membekali para pelaku bisnis beberapa hal sebagai berikut :

Etika berasal dari bahasa Yunani “Ethos”berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan yang baik, dan segala kebiasaan yang di anut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lainnya.¹⁸

Etika Bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁹

Prinsip – prinsip etika bisnis menurut Sonny keraf :

1. Prinsip Otonomi
2. Prinsip kejujuran
3. Prinsip keadilan
4. Prinsip saling menguntungkan
5. Prinsip integritas Moral.²⁰

¹⁷Alfazul Rahman, *Muhammad A Trader &Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah Syariah*, (Cet 1 Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h.172.

¹⁸Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*,(Cet. 1; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 5.

¹⁹Faisal Badroen& M. AriefMufræni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Cet 1; Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 15.

²⁰Agoes Sukrisno, *Etika Bisnis dan Profesi*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009) h. 127-127.

C. *Pengertian Strategi*

Strategi harus dibedakan dengan pengertian taktik. Dalam dunia kemiliteran, strategi digunakan dilapangan untuk mencapai tujuan dalam menghadapi musuh agar dapat memenangkan peperangan. Sedangkan taktik adalah suatu cara atau metode yang digunakan dilapangan untuk berusaha memenangkan pertempuran.²¹

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku.²²

Pencapaian tujuan organisasi, telah umum diketahui bahwa istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai "kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan." Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk "peperangan" tertentu.²³

Pendapat lain menyatakan bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan "taktik" yang secara bahasa dapat diartikan sebagai "*concerning the movement of organisms in response to external stimulus*" (suatu yang terkait

²¹ Oka A. Yoeti, *Pemasaran Pariwisata*, (Cet 1 ; Bandung : Angkasa, 1996), h. 164.

²² Kasmir, *kewirausahaan*, (Ed. 1 ; Jakarta : PT. Rajagrafindo persada, 2006), h. 172.

²³ Sondang P. Siagaan, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008, h. 15.

dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar).²⁴ Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.²⁵

Strategi dapat didefinisikan paling sedikit dari dua perspektif yang berbeda: dari perspektif mengenai apa yang akan dilakukan oleh sebuah organisasi, dan juga dari perspektif mengenai apa yang pada akhirnya dilakukan oleh sebuah organisasi, apakah tindakannya sejak semula memang sudah demikian direncanakan atau tidak.

Perspektif pertama, strategi adalah "program yang luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan melaksanakan misinya. Kata "program" dalam definisi ini menyiratkan adanya peran yang aktif yang disadari, dan yang rasional, yang dimainkan oleh manajer dalam merumuskan strategi perusahaan/organisasi

Perspektif yang kedua, strategi adalah "pola tanggapan organisasi yang dilakukan terhadap lingkungannya sepanjang waktu. "Dalam definisi ini, setiap organisasi mempunyai suatu strategi walaupun tidak harus selalu efektif sekalipun strategi itu tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Artinya, setiap organisasi mempunyai hubungan dengan lingkungannya yang dapat diamati dan dijelaskan.

²⁴Lewis Mulford Adams, dkk, *Websters World University Dictionary*, Washington: D.C. Publisher Company, Inc, 1965, h. 1019.

²⁵M. Arifin, *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008, h. 39.

Pandangan seperti ini mencakup organisasi di mana perilaku para manajernya adalah reaktif, artinya para manajer menanggapi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan hanya jika mereka merasa perlu untuk melakukannya. Pembahasan mengenai strategi dalam tulisan ini akan menyangkut kedua definisi di atas, namun akan menekankan padaperan aktif. Perumusan sebuah strategi secara aktif dikenal sebagai perencanaan strategis (*strategic planning*), yang fokusnya luas dan umumnya berjangka panjang.²⁶

Merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritikal sebagai berikut :

Pertama: Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi, filosofi yang bagaimana yang akan digunakan untuk menjamin keberadaan organisasi tersebut dan sasaran apa yang ingin dicapai. Yang jelas menonjol dalam faktor pertama ini ialah bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.

Kedua : dalam merumuskan dan menetapkan strategi, manajemen puncak mengembangkan profil tertentu bagi organisasi. Profil dimaksud harus menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

Ketiga: pengenalan tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau

²⁶James A.F. Stoner, *Manajemen*, Jilid 1, Alih Bahasa, Alfonsus Sirait, Jakarta: Erlangga, 1992, h. 139.

harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi yang bersangkutan ingin tidak hanya mampu melanjutkan eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya²⁷

Keempat: suatu strategi harus merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat.

Kelima: Mengidentifikasi beberapa pilihan yang wajar ditelaah lebih lanjut dari berbagai alternatif yang tersedia dikaitkan dengan keseluruhan upaya yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Keenam: Menjatuhkan pilihan pada satu alternatif yang dipandang paling tepat dikaitkan sasaran jangka panjang yang dianggap mempunyai nilai yang paling strategik dan diperhitungkan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

Steiner dan Milner mengemukakan strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai²⁸

²⁷Sondang P. Siagaan, *op. cit.*, h. 16.

²⁸Gerge Stainer dan John Milner, *Management Strategic*, Jakarta: Erlangga, h. 70.

Strategi menurut Hamdun Hanafi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.²⁹.

Suryana kewirausahaan mengemukakan 5P yang memiliki arti sama dengan strategi, yaitu:

a) Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep pemasaran tidak terlepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b) Strategi adalah pola (*patern*)

Strategi yang belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan atau *intended strategy* dan disebut *realized strategy* karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c) Strategi adalah posisi (*position*)

Menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi ini cenderung melihat ke bawah, yaitu ke satu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan, dan melihat ke luar, yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

²⁹M. Hamdun Hanafi, *Manajemen*, Yogyakarta: Unit Penerbit, 2003. h. 136.

d) Strategi adalah perspektif (*perspektive*)

Dalam strategi ini lebih kedalam perspektif melihat ke dalam, yaitu keorganisasi tersebut.

e) Strategi adalah permainan (*play*)

Strategi sebagai suatu maneuver tertentu untuk memperdaya lawan atau Pesaing. Pada umumnya strategi harus diturunkan dari analisa terhadap tiga elemen, yaitu: masalah dan peluang, sasaran serta sumber daya dan kompetensi. Strategi harus konsisten dengan sasaran, dicapai dengan sumber daya yang ada dan diperkirakan akan ada, serta memperhitungkan peluang serta ancaman yang mungkin timbul pada lingkungan.

Penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada sasaran, tujuan dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.

Menentukan kerangka kerja dan aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah, strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dari jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.³⁰

³⁰ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta : Erlangga, 2006), h. 1.

Strategi pemasaran secara umum, dapat dibedakan menjadi tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan yaitu :

1. Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar (*Undifferentiated marketing*).
2. Strategi pemasaran yang membedakan – bedakan pasar (*Differentiated marketing*).
3. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi (*Concentrated marketing*)

Untuk lebih jelasnya ketiga jenis strategi pemasaran di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar, dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum.
2. Strategi pemasaran yang membedakan pasar, dengan strategi ini perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula jadi perusahaan atau produsen menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda beda untuk tiap segmen pasar.
3. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi, dengan strategi ini perusahaan mengkhususkan pemasaran produknya dalam beberapa segmen pasar, dengan pertimbangan keterbatasan sumberdaya perusahaan.³¹

D. Pengertian Pedagang

Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau bisa juga di sebut saudagar. Jadi pedagang adalah orang-orang yang melakukan kegiatan-kegiatan perdagangan sehari-hari sebagai mata pencaharian mereka.

³¹SofjanAssauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali , 2008), h. 179.

Damsar mendefinisikan pedagang sebagai berikut : “pedagang adalah orang atau instansi yang memperjualbelikan produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung”.

Manning dan Effendi menggolongkan para pedagang dalam 3 kategori yaitu

1. Penjual borongan (Punggawa)

Penjual borongan (punggawa) adalah istilah umum yang digunakan diseluruh sulawesi selatan untuk menggambarkan perihal yang mempunyai cadangan penguasaan modal lebih besar dalam hubungan perekonomian. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan para wiraswasta yang memodali dan mengorganisir sendiri distribusi barang-barang dagangannya.

2. Pengecer besar

Pengecer besar dibedakan dalam dua kelompok, yaitu pedagang besar yang termasuk pengusaha warung ditepi jalan atau pojok depan sebuah halaman rumah, dan pedagang pasar yaitu mereka yang memiliki hak atas tempat yang tetap dalam jaringan pasar resmi.

3. Pengecer kecil

Pengecer kecil termasuk kategori kecil sekitar informasi mencakup pedagang pasar yang berjualan di pasar, ditepi jalan, maupun mereka yang menempati kios-kios dipinggiran pasar yang besar.

Adapun yang dikemukakan Damsar membedakan pedagang menurut jalur distribusi barang yang dilakukan yaitu :

1. Pedagang Distribusi (Tunggal)
2. Pedagang Partai (Besar)
3. Pedagang eceran³²

Pedagang Distribusi (Tunggal) Yaitu pedagang yang memegang hak distribusi Satu produk dari perusahaan tertentu.

Pedagang Partai (Besar) Yaitu pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar yang dimaksudkan untuk dijual kepada pedagang lainnya seperti grosir.

Pedagang eceran Yaitu pedagang yang menjual produk langsung kepada konsumen.

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan menjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.³³ Di dalam kegiatan perdagangan memiliki strategi yang harus dilakukan untuk mempertahankan pelanggan atau pembelinya seorang pedagang tidak pernah berfikir apakah strategi yang mereka ambil sesuai dengan ekonomi Islam atau tidak.

Pasal 2 Undang-Undang Hukum Dagang Indonesia menjelaskan bahwa, pedagang adalah mereka yang menjalankan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya biasa sehari-hari.³⁴

Perdagangan merupakan salah satu sikap tolong menolong, karena perdagangan tersebut akan meringankan beban antara sesama masyarakat dalam

³² Kasmir, *kewirausahaan*, h. 157.

³³ Michael P. Todaro, *Ekonomi untuk Negara Berkembang*, (Cet 1 ; Jakarta : Dian Rakyat, 2000) , h. 71.

³⁴ Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta : Dian Rakyat, 1983), h. 12.

memenuhi keperluan masing-masing. Dalam Tafsir al-Quttubi dijelaskan bahwa istilah perdagangan atau altijarah merupakan suatu kontrak pertukaran, baik dalam bentuk komoditi maupun dalam hal pertukaran. Sungguh pun demikian semua tujuan al-tijarah adalah sinonim denagnal-bay. Tetapi dalam kitab fiqh istilah al-tijarah biasanya di bahas pada bab al-bay, berkaitan dengan definisi perdagangan hanya dipaparkan oleh beberapa pendapat ahli fiqh saja, karena definisi yang dikemukakan pada umumnya hampir sama. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perdagangan merupakan suatu usaha untuk mengembangkan harta, dengan cara membeli barang dengan harga murah dan menjualnya dengan harga yang lebih tinggi, dengan tujuan supaya memperoleh keuntungan. Usaha seperti ini adalah suatu cara memperluas modal dan mengambil manfaat.

Menurut sebagian fuqaha' perdagangan ialah pertukaran harta dengan jalan berusaha. Oleh sebab itu hibah tidak termasuk dalam konsep perdagangan, karena hibah diperoleh tanpa berusaha.

Berdasarkan definisi tersebut dapat dipahami bahwa perdagangan adalah pertukaran harta dengan harta atau harta dengan uang atau barang dengan jalan berusaha dan tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh dari pada jual beli atau perdagangan tidak dapat menimbulkan penindasan terhadap pembeli. Oleh sebab itu aplikasi perdagangan mestilah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan syariat.³⁵

³⁵Hulwati, *Ekonomi Islam*, h. 21-22.

Sejalan dengan itu perdagangan merupakan salah satu bentuk aktivitas yang terpenting dalam bidang muamalah. Keperluan terhadap perdagangan ini telah bermula sejak dahulu dan terus berkembang hingga sekarang, dimana manusia telah berinteraksi satu sama lain untuk memenuhi keperluan hidupnya. Semakmur apapun suatu masyarakat, mereka masih tetap memerlukan aktivitas perdagangan untuk melengkapi kehidupan sehari-hari. Untuk itu dalam uraian ini akan dibicarakan maksud dengan muamalah serta bagaimana prinsip-prinsip dalam perdagangan.³⁶

Syariat telah menetapkan beberapa ketentuan hukum yang berkaitan dengan perdagangan, supaya aktivitas perdagangan dapat dilaksanakan dengan teratur dan baik serta memelihara kepentingan masyarakat. Dasar disyariatkannya perdagangan adalah melalui Al-Qur'an.

E. Konsep Pedagang keliling

Berbeda dengan agen perdagangan seorang pedagang keliling (*handelsreiziger*) adalah pedagang yang mempunyai hubungan dinas dengan suatu perusahaan. Seorang agen perdagangan sekalipun mempunyai hubungan tetap tetapi tidak mempunyai hubungan dinas. Sebaliknya pedagang keliling kedudukannya adalah sebagai orang yang dibawahkan ; karena itu tunduk kepada undang – undang mengenai persetujuan perburuhan (pasal 1601 s/d 1603z K.U.H. Perdata). Mereka bertindak keluar atas nama perusahaan, dimana mereka bekerja.

Menurut perundang – undangan Belanda pedagang keliling (*handelsreiziger*) dirumuskan sebagai mereka, yang dalam hubungan dinas (*indienst*) dengan orang lain yang disebut “patroon” yang tugasnya memberikan perantaraan terjadinya persetujuan –persetujuan tertentu antara orang-orang yang biasanya dikunjungi

³⁶Hulwati, *Ekonomi Islam*, h.15.

dengan patroonnya atau mengadakan persetujuan-persetujuan seperti yang dikehendaki oleh patroonnya atas nama dan untuk perhitungan patroonnya. Hubungan hukum pedagang keliling patroon pertama-tama ditentukan oleh adanya perjanjian perburuhan meskipun perjanjian ini merupakan perjanjian yang bersifat khusus. Karena berbeda dengan perjanjian perburuhan pada umumnya perjanjian yang diadakan oleh pedagang keliling memuat ketentuan, bahwa ia dapat bertindak selaku wakil yang dikenal sebagai perwakilan secara khusus. Pada perjanjian ditentukan pula daerah (*rayon*) dalam mana ia harus menjalankan usahanya serta sampai dimana kekuasaannya untuk menutup suatu persetujuan.

Selain mendapat gaji tetap biasanya juga mendapat provisis dan penggantian ongkos-ongkos. Ketentuan mengenai upah, provisi dan sebagainya adalah mirip dengan agen perdagangan ada kalanya juga jumlahnya tetap. Dalam surat perjanjian dapat ditentukan, bahwa dalam hal tidak diterima pembayaran dari penjualan yang telah dilakukan oleh pedagang keliling, provisi tidak diberikan. Pedagang keliling sendiri tidak bertanggung jawab atas pembayaran itu. Pada umumnya perusahaan-perusahaan besar mempunyai banyak pedagang keliling. Seperti telah dikemukakan maka di Indonesia baik agen perdagangan maupun pedagang keliling dalam praktek juga dijumpai belum diadakan perundang-undangan. Di Indonesia masih banyak terdapat semacam pedagang keliling yang diberi sebutan “tengkulak”, yang mendapat tugas dari eksporturnya untuk berkeliling ditempat-tempat produsen untuk

mengumpulkan hasil-hasil bumi bagi ekspornya. Disini kedudukan tengkulak dapat disamakan di antara kedudukan pedagang keliling dengan agen perdagangan.³⁷

Secara filosofis, keberadaan kitab undang-undang Hukum Dagang sebagai hukum dagang yang memiliki tujuan untuk mengatur segala perbuatan hukum transaksional dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh para pedagang. Baik secara langsung melakukan perdagangan maupun secara tidak langsung melaksanakan perdagangan. Oleh karena itu, yang menjadi subjek dari hukum dagang ialah para pedagang, baik dalam bentuk perorangan maupun badan hukum, sedangkan yang menjadi objek hukum dagang ialah setiap perbuatan hukum yang berhubungan dengan kegiatan perdagangan, baik secara langsung maupun tidak secara langsung.

Pasal 2 dan pasal 3 Undang-Undang Hukum Dagang menjelaskan bahwa, “ pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan (dadenvankoophandel) sebagai pekerjaannya sehari-hari sedangkan perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang-barang untuk dijual lagi.”³⁸

Sejumlah petunjuk Al-Qur'an dan Hadits Nabi Saw, yang mendorong ummat Islam untuk terlibat aktif dalam kegiatan perdagangan dan komersial pada tingkat yang luas dan halal. Sebagian besar perintah ini terutama menjelaskan perdagangan sebagai Fadhl Allah, karunia dan rahmat Allah agar sukses dalam perdagangan, ummat Islam dituntut untuk melakukan perjalanan dan perlawatan yang jauh.

³⁷ Ahmad Ichsan, *Hukum Dagang*, (Cet.1 ; Jakarta : Pradnya Paramita, 1976), h. 64-65.

³⁸ Dijan Widiyowati, *Hukum Dagang*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2012), h. 6.

Ayat Al-Qur'an menjelaskan bahwa dalam setiap kehidupan dimuka bumi berpegang teguhlah kepada Allah, kerjakanlah apa yang baik-baik yang diperintahkanNya dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan) nya di sisi Allah terdapat dalam QS. Al-Muzammil (73) : 20 yang berbunyi :

وَأَخْرُونَ يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۖ وَأَخْرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ
 اللَّهِ فَأَقْرَأُوا مَا تيسَّرَ مِنْهُ ۚ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا
 ۚ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنْفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا ۚ
 وَاسْتَغْفِرُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٢٠﴾

Terjemahnya :

Dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, Maka Bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al-Qur'an dan Dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan) nya di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. dan mohonlah ampunan kepada Allah; Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.³⁹

Ayat diatas merujuk bahwa manusia diperintahkan untuk mencari karunia Allah dengan berpegang teguh kepada Al-Quran,

Rasulullah Saw, sendiri ikut serta dalam perdagangan atas nama khadijah, berkat pengalaman Beliau dalam Perdagangan. Beliau pernah bersabda :

³⁹Al-Hikmah, *Al-Muzammil* (73) : 20, (Cet 6; Bandung : Diponegoro, 2007) , h. 575.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya :

“Pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah ‘terpercaya’ (akan dibangkitkan pada hari kiamat) bersama para nabi, shiddiqiin dan syuhada.”⁴⁰

Adapun Penjelasan hadist diatas yaitu :

1. Kewajiban dan keutamaan jujur dan amanah dalam kehidupan.
2. Jujur dan amanah lebih ditekankan lagi untuk para pedagang, karena dua sifat ini benar-benar dibutuhkan dalam transaksi-transaksi demi terjaganya harta-harta manusia dan hubungan yang baik antara manusia.
3. Betapa kita telah menyaksikan apabila manusia khususnya para pedagang kehilangan dua sifat ini maka berbagai macam pelanggaran terhadap harta manusia dan kezaliman merebak di mana-mana.
4. Pedagang yang akan mendapatkan keutamaan dibangkitkan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada adalah yang benar-benar menyempurnakan sifat jujur dan amanah, ini diambil dari penyebutan dalam bentuk ‘mubaalaghoh’ pada lafaz “shaduq” (senantiasa jujur) dan “amiin” (senantiasa amanah) (Lihat Tuhfatul Ahwadzi, 3/301)
5. Keindahan dan kesempurnaan syari’at Islam.

Pernyataan Nabi Saw, yang arif dan bijaksana menjelaskan perdagangan yang jujur menjadi status yang tinggi dari orang-orang yang berkecimpung dalam

⁴⁰ Abu Sa’id Al-Khudri, *Hadist Riwayat At- Tirmidzi*, h.45

perdagangan, mereka di ibaratkan dengan para syuhada yang berjuang dan menjalankan kehidupan di jalan Allah perdagangan yang jujur akan bangkit bersama para syuhada. Ini juga berarti bahwa apabila meneruskan perdagangannya tanpa berbuat curang terhadap orang lain dan tanpa melakukan riba dan mengikuti asas-asas perdagangan yang halal. Kemudian ini digambarkan seolah-olah orang tersebut telah melalui kehidupannya mendapat pahala dalam “Jihad Ekonomi”.

Perdagangan merupakan sebuah proses dimana terjadinya pertukaran kepentingan sebagai keuntungan tanpa melakukan penekanan yang tidak dihalalkan atau tindakan penipuan terhadap kelompok lain. Tidak boleh ada suap atau riba dalam perdagangan.⁴¹

F. Perdagangan dan Pemasaran Dalam Islam

1. Pengertian perdagangan

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proese transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan utility (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.⁴²

Islam adalah agama yang mampu menyeimbangkan antara dunia dan akhirat, antara hablum minallah (hubungan dengan Allah), dan hablum minannaas (hubungan

⁴¹Rahman I Doi, *Penjelasan lengkap hukum-hukum Allah Syariah*, (Cet 1; Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), h. 444-445.

⁴²Jusmalia, dkk. *Bisnis berbasis syariah*, (jakarta : Bumi Aksara, 2008), h.1

dengan manusia).⁴³ Alasan dibalik sempurnanya ajaran Islam lengkap karena Islam agama terakhir sehingga harus memecahkan berbagai persoalan besar manusia. Andai manusia hidup tanpa petunjuk dan hidayah Allah Swt. Hasilnya adalah kekacauan : manusia tidak peduli lagi dengan apa yang namanya baik dan apa yang namanya buruk. Manusia menerapkan hukum rimba dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Termasuk juga dalam berdagang, hendaknya seorang Muslim dalam berdagang selalu menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan, seperti menentukan harga yang sesuai, jujur terhadap kualitas produk yang diperdagangkan, dan juga jujur terhadap jumlah timbangannya.

Prinsip keadilan juga dilakukan dengan tugas oleh Rasulullah Saw. Beliau menjaga semua perdagangan yang mempunyai ciri-ciri keadilan dan kesama rataan bagi semua pihak yang melarang bentuk perdagangan yang tidak adil, ataupun yang mendorong pada bentuk pertengkaran dan keributan perdagangan atau mengandung unsur riba atau tipu muslihat, ataupun bentuk perdagangan yang menyebabkan keuntungan bagi seseorang tetapi merugikan orang lain.⁴⁴ Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan tujuan itulah manusia berlomba-lomba untuk mengejar harta kekayaan

⁴³Qodry Azizy, *Pemikiran Islam Kontemporer di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), h. 47.

⁴⁴Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, jilid ke-1, (Yogyakarta : PT. Dana Bakti Wakaf, 1995), h. 88

dengan cara bisnis. Oleh sebab itu, Islam kemudian mewajibkan kepada umatnya untuk senantiasa bekerja dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka.⁴⁵

Dalam konteks penerapan konsep ekonomi Islam, hendaknya pedagang memperhatikan hukum mu'amalah Islam yang mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut :

- a. Pada dasarnya segala bentuk mu'amalah adalah mubah kecuali yang ditentukan lain dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- b. Muamalah (perdagangan) dilakukan atas dasar kejujuran, suka, rela, tidak ada unsur paksaan.
- c. Muamalah (perdagangan) dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudharat (bahaya) dalam hidup masyarakat.
- d. Muamalah (perdagangan) dilakukan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur penganiayaan untuk pengambilan kesempatan dalam kesempatan.

Islam mengajarkan umatnya untuk melibatkan diri dalam berdagang untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Jelas bahwa dalam Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Berdagang adalah sesuatu hal penting dalam Islam. Begitu pentingnya berdagang dalam Islam hingga Allah Swt. Menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi Nabi. Berbicara mengenai dunia perdagangan, pasti tidak akan bisa lepas dari pemasaran. Karena ketika sebuah perusahaan menjalankan bisnisnya,

⁴⁵ Arifin Johan, *Etika Bisnis Islam*, h.81

departemen pemasaran memainkan perannya dalam mengirimkan produk dan jasa yang disesuaikan dengan ekspektasi konsumen.

2. Kejujuran dalam Perdagangan

Diantara nilai-nilai terpenting sebagai landasan transaksi adalah kejujuran. Hal itu merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Tanpa kejujuran, kehidupan yang agamis tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan baik. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan, dan ini sangat dilarang dalam agama. Hal yang paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dan kebatilan. Berdusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan mengunggulkannya atas yang lainnya, dalam memberitahukan penawaran, banyaknya pemesanan, dan sebagainya. Oleh karena itu, sifat sifat terpenting bagi pedagang yang diridhai Allah adalah kejujuran. Hadist hasan yang diriwayatkan At. Tirmidzi bahwa pedagang yang jujur dan dapat dipercaya adalah bersama dengan Nabi, Shiddiqin, dan para syuhada.

Diantara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran, dan yang melengkapinya adalah amanah (terpercaya). Konsekuensinya adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya baik sedikit maupun banyak, tidak mengambil lebih banyak dari yang menjadi haknya, tidak mengurangi hak orang lain baik berupa hasil penjualan maupun jumlah barang dagangannya.⁴⁶

⁴⁶Jusmaliana,dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008), h. 20

Masalah kejujuran dalam berdagang merupakan masalah yang sangat penting. Menurut Qardhawi, sah atau tidaknya transaksi perdagangan tergantung jujur dan tidaknya usaha perdagangan itu dilakukan. Melalui kejujuran, kepercayaan dapat dibangun diantara para pelakunya. Pedagang yang tidak jujur dalam usaha perdagangannya adalah pedagang yang lalai dari ketaatannya kepada Allah Swt. Dan ia sendiri dalam hal ini dilalaikan oleh usaha perdagangan itu sendiri. Dengan sendirinya, usaha perdagangan yang dapat mengantar pedagang mencapai tujuan

G. Bentuk - bentuk Perdagangan Dalam Islam

Sistem perdagangan dalam Islam telah diatur secara terperinci dan sedemikian rupa. Seorang pedagang muslim dibenarkan mencari keuntungan, tetapi dalam batas maksimal tanpa merugikan masyarakat. Islam tidak menganut apa yang diajarkan dalam prinsip ekonomi barat, (modal yang sedikit dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi). Meskipun tujuan perdagangan dalam Islam adalah untuk memperoleh keuntungan tetapi pada prinsipnya aturan perdagangan dalam Islam telah memberikan batas-batas tertentu dengan memperhatikan kemaslahatan pada masyarakat.

Begitu juga konsep kebebasan dalam aktivitas perdagangan merupakan sesuatu yang sangat penting dan cukup jelas. Karena keperluan masyarakat terhadap barang tidak terbatas, maka mereka telah memilih dan menentukan jenis barang yang akan diperdagangkan. Penjual dan pembeli mesti memelihara kekuasaan dan kebebasan yang diberikan. Selama mereka mengamalkan kebebasan sesuai dengan syariat dan tidak mendatangkan kerugian bagi yang lain, dan dapat dipertanggung

jawabkan dihadapan masyarakat juga dihadapan Allah, maka niscaya aktivitas perdagangan akan berjalan dengan baik dan teratur.

a) Larangan Riba

Riba berarti al-ziyadah (tambahan), al-nama (tumbuh). Istilah riba telah digunakan oleh masyarakat jahiliyah, dimana riba yang diaplikasikan pada masa itu adalah tambahan dalam bentuk uang akibat penundaan pelunasan hutang. Dengan demikian riba dapat diartikan dengan tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa ada ganti rugi yang dibenarkan syariah kepada penambahan tersebut, dan ini merupakan riba yang dimaksud dalam Al-Qur'an. Larangan riba ini juga diungkapkan dalam sunnah disamping Al-Qur'an, untuk jelasnya akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Larangan riba dalam Al-Quran
2. Larangan riba dalam As-Sunnah

b) Larangan Gharar

Gharar dapat berarti risiko, dan kadangkala menunjuk pada ketidakpastian (*uncertainty*). Begitu juga dalam kamus al-Muhit dijelaskan bahwa kata (khada) digunakan pada gharar yang berarti penipuan. Disamping itu gharar juga disamakan dengan kata (khatara) dengan makna sesuatu yang berbahaya.

Ibnu Taimiyah mendeskripsikan bahwa gharar bermakna sesuatu yang tidak diketahui. Ibnu Qayyim menegaskan bahwa gharar merupakan sesuatu yang berkemungkinan ada atau tiada.

c) Perdagangan yang berbentuk perjudian

Perdagangan yang berbentuk perjudian juga termasuk pada gharar. Perdagangan ini semata-mata berdasarkan spekulasi yang melibatkan resiko dan ketidakpastian. Bentuk larangan ini ditunjukkan kepada sikap seseorang atau pengusaha yang tamak dan mementingkan diri sendiri. Dalam hal ini seorang pengusaha akan berihktiar untuk mendapatkan keuntungan dari hasil perdagangannya dengan cara spekulasi. Perdagangan seperti ini tidak dapat memberi peluang dan sumbangan yang positif kepada masyarakat. Bahkan perdagangan ini akan menyebabkan terjadinya turun naik harga di pasar, sehingga akan menyebabkan terjadinya krisis ekonomi. Disamping ini itu faktor akhlak dan moral merupakan pertimbangan yang sangat penting. Karena itu Islam mempunyai prinsip melarang terhadap unsur judi dan segala jenis gharar, karena membawa kemudharatan yang sangat banyak kepada masyarakat.

d) Larangan Perdagangan dengan Paksaan

Prinsip ini merupakan salah satu yang diperlukan dalam melakukan perdagangan sebenarnya kebebasan untuk membuat pilihan dan keinginan melakukan perdagangan yang terbebas dari keterpaksaan sentiasa harus dijalankan dalam semua aktivitas perdagangan. Paksaan secara langsung maupun tidak langsung dalam perdagangan modern tidak dibolehkan secara Islam, karena akan merugikan pihak lain.

e) Menyempurnakan Timbangan dan Takaran

Untuk mengawasi harta dan menjaga hak perseorangan Islam mengajak supaya para pedagang senantiasa mengatur sukatan dan timbangannya dalam perdagangan secara tepat. Berkaitan dengan ini Islam memerintahkan kepada umatnya agar jangan mengurangi sukatan dan timbangan.

f) Larangan menjual barang haram

Meskipun Islam menggalakkan umatnya untuk berdagang namun bukan berarti semua barang boleh atau halal untuk diperdagangkan tanpa batasan. Supaya perdagangan tersebut halal dan diberkati Allah, maka para pedagang hendaklah memperhatikan jenis-jenis barang yang halal.⁴⁷

Bentuk Perdagangan :

Perdagangan sebagai alat pertukaran dapat dilihat dari masa dan objeknya. Dari segi masanya pertukaran ini terdiri dari pada tunai (naqdan) dan tangguh (bay' al-muajjal). Sedangkan dari objek pertukaran terdiri dari aset rill, yaitu barang, manfaat atau kegunaan, dan aset ini dapat dipertukarkan, sebagaimana uraian berikut.

a) Pertukaran 'ayn dengan 'ayn

Pertukaran seperti ini biasanya terjadi pada barter, atau pertukaran barang dengan barang. Dalam pertukaran 'ayn dengan 'ayn ia mesti dilakukan dalam kualitas yang sama, jumlah yang sama serta diserahkan secara tunai.

⁴⁷Hulwati, *Ekonomi Islam*, h. 29 – 46.

b) Pertukaran ‘ayn dengan dayn

Pertukaran seperti ini merupakan aktivitas yang paling lazim dilakukan dalam aktivitas bisnis. Pertukaran dapat saja terjadi antara benda (‘ayn) dengan pembayaran yang dilakukan secara berhutang (dayn) atau sebaliknya.

c) Pertukaran dayn dengan dayn (bay’ al-daynbi-al-dayn)

Pertukaran dayn dengan dayn yaitu pertukaran dua hal yang tertunda (nasi’ah), yang dilakukan nasi’ah disini dapat terjadi pada pengalihan barang (kepemilikan) dan pembayaran tertunda. Disamping itu juga dapat terjadi pada pertukaran barang dengan barang atau pertukaran uang dengan uang secara tangguh. Peraturan yang ada tentang hal ini adalah adanya larangan untuk melakukan penangguhan kedua-duanya, baik itu berupa barang dengan barang, barang dengan uang maupun uang dengan uang, penyerahannya mesti dilakukan secara tunai dan pada masa yang sama. Sabda Rasulullah saw. “Nabi bersabda, emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, barli dengan barli, kurma dengan kurma, garam dengan garam dapat ditukar dengan cara suka sama suka, kadar yang sama, secara tunai.”⁴⁸

Perjanjian Perdagangan yang Haram :

1. Dua akad dalam satu perdagangan
2. Tambahan syarat diberikan untuk penjualan
3. Penjualan yang bukan haknya.
4. Perdagangan al-mulamisah dan al-munabihah⁴⁹

⁴⁸Hulwati, *Ekonomi Islam*, h. 24-25.

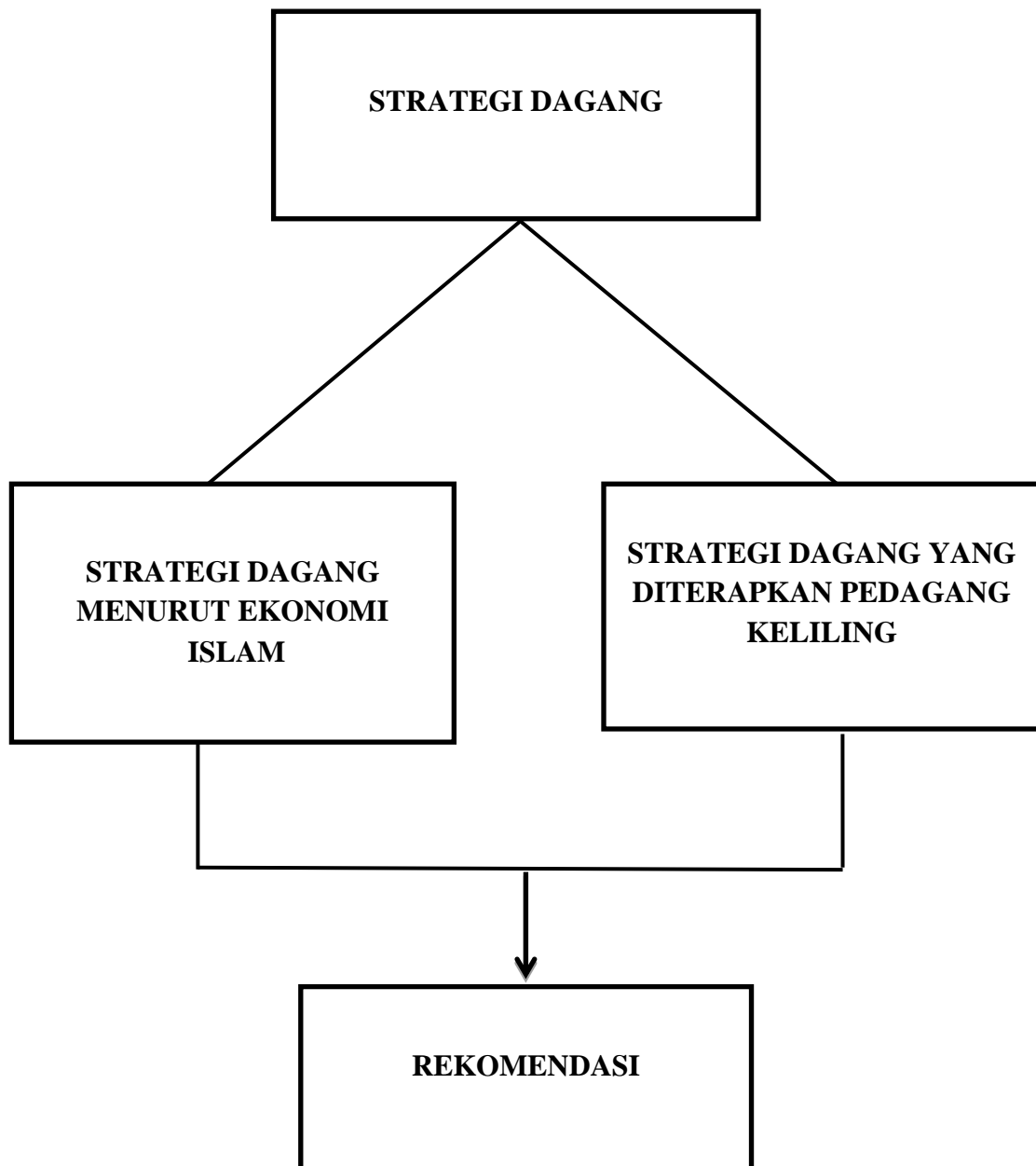
⁴⁹Rahman I Doi A, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum syariah Allah*, h. 462.

G. Rerangka Konseptual

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis perspektif ekonomi Islam terhadap strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling dikecamatan mapilli kabupaten polewali mandar.

Selanjutnya akan dilakukan Koreksi fiskal dengan membandingkan analisis perhitungan pajak penghasilan menurut perusahaan dengan peraturan perpajakan. Hasil analisis menggunakan deksriptif interpretatif yang berusaha mengungkapkan alasan dibalik fenomena yang terjadi dalam perusahaan. Diharapkan penelitian ini akan menghasilkan temuan yang akan dijadikan sebagai rekomendasi yang berguna bagi perusahaan sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Secara ringkas proses yang dilakukan dalam penelitian dapat digambarkan sebagaai berikut :

Skema 1.1 Rerangka Konsep



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti pakai adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (prespektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan⁸⁹

Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dan penjajahan terbuka berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan menentukan persepsi, pendapat dan perasaan tentang gagasan atau topik yang dibahas dan untuk menentukan arah penelitian. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kesepakatan dari interview atau responden.

2. Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian, maka penelitian ini berlokasi di wilayah Kecamatan Mapilli.

⁸⁹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 4

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan peneliti adalah Normatif dan sosiologis. Peneliti melakukan pendekatan normatif karena berupa teks-teks Al-Qur'an yang menyangkut tentang isi penelitian.

Sosiologis karena peneliti melakukan interaksi lingkungan sesuai dengan unit social, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan berkaitan dengan para pedagang sayur keliling.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui penelusuran dari berbagai referensi yang terkait dengan kajian strategi dagang perspektif ekonomi Islam. Adapun data sekunder tersebut terdiri atas : buku-buku, artikel, majalah, ensiklopedia, kamus dan bahan acuan lainnya.

D. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian skripsi ini secara umum terdiri dari data yang bersumber dari penelitian lapangan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah metode mengumpulkan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.⁹⁰ Observasi dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan langsung dilapangan untuk mengetahui kondisi subjektif di seputar lokasi penelitian yaitu mengenai perspektif ekonomi Islam terhadap strategi dangang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling dikecamatan Mapilli.

2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang yang tertulis. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti yang menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, catatan harian, dengan memakai kamera untuk memotret dan sebagainya. Hasil penelitian dari obsevasi dan wawancara, akan lebih kridibel/dapat dipercaya bila didukung dengan dokumentasi.

3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung orang yang memberikan keterangan.⁹¹ Dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dan semiterstruktur, yakni dialog oleh peneliti dengan informan yang dianggap

⁹⁰Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, h. 15

⁹¹Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet IV, Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2001), h. 73

mengetahui jelas keadaan/kondisi sistem pemasaran pada masyarakat pedagang sayur keliling dikecamatan Mapilli.

E. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala, fenomena atau objek yang diteliti. Dalam hal ini objek yang diteliti perspektif Ekonomi Islam terhadap strategi dagang terhadap pedagang sayur keliling dikecamatan Mapilli. Secara psikologis, observasi disebut pula pengamatan yang meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan alat indra. Peneliti ini menggunakan observasi sistematis yaitu dengan menggunakan observasi sistematis yaitu dengan menggunakan pedoman sebagai instrumen pengamatan. Cara ini dilakukan penulis berdasarkan pertimbangan tentang kemampuan penulis dengan objek yang diteliti. Disamping itu pula dalam melakukan observasi penulis menggunakan alat pendukung guna mempermudah dan memperlancar kegiatan observasi. Adapun alat yang biasa menunjang penulis diantaranya pulpen, buku, dan alat perekam guna mempermudah dalam melakukan kegiatan observasi

2. Instrumen Wawancara

Wawancara atau interview merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapat keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung orang yang dapat memberi keterangan. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara langsung dengan menggunakan rekaman atau alat tulis. Dalam pengumpulan data, penulis mengadakan wawancara

mendalam dimulai dari keterangan informan pangkal yang dapat memberikan penelitian petunjuk lebih lanjut tentang keadaan strategi dagang yang diterapkan pedagang sayur keliling dalam perspektif ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli.

F. *Teknik Pengolahan dan Analisis Data*

Analisis data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan bahkan merupakan bagian yang sangat menentukan dari beberapa langkah penelitian sebelumnya. Dalam penelitian kualitatif, analisis, data harus seiring dengan pengumpulan fakta-fakta lapangan, dengan demikian analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dengan menggunakan teknik analisis sebagai berikut :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstraan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, proses ini berlangsung terus menerus. Reduksi data meliputi : meringkas data, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif, dapat berupa teks naratif, maupun matrik, grafik, jaringan dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan atau verifikasi dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, sampai tahap pengolahan data.

G. Pengujian Keabsahan Data

Keabsahan data adalah pengujian yang dilakukan agar hasil dari penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dapat berupa penggunaan sumber, metode penyidik dan teori. Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang memiliki sudut pandang yang berbeda.

Pengujian keabsahan dalam metode penelitian kualitatif menggunakan validitas internal pada aspek nilai kebenaran, pada penerapannya ditinjau dari validitas eksternal, dan realibilitas pada aspek konsistensi, serta obyektivitas pada aspek naturalis. Adapun pada penelitian ini, tingkat keabsahan ditekankan pada data yang akan diperoleh pada lapangan tempat meneliti.

1. Uji validitas internal

Uji validitas internal dilaksanakan untuk memenuhi nilai kebenaran dari data dan informasi yang dikumpulkan. Artinya, hasil penelitian harus dapat dipercaya oleh semua pembaca secara kritis dan dari responden sebagai informan.

2. Uji Validitas Eksternal

Ujivaliditas eksternal berkaitan dengan kriteria transferabilitas (*transferability*), yang merujuk pada kemampuan hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau ditransfer kepada konsteks atau seting yang lain .

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat

1. Pemerintahan

Kecamatan Mapilli terdiri atas suatu kelurahan, yaitu kelurahan Mapilli dan sebelas desa yaitu Desa Buku, Rumpa, Ugi Baru, Bonne-Bonne, Kurma, Rappang Barat, Beroangin, Segerang, Bonra, Sattoko dan Landikanusuang. Dalam melaksanakan tugas pemerintahan, seorang camat Mapilli dibantu oleh seorang lurah dan sebelas kepala desa dalam lingkup wilayah administrasi terkecil. Selain itu kecamatan Mapilli terdapat 3 lingkungan dan 46 dusun.

Kecamatan Mapilli berada diantara Kecamatan Luyo dan Wonomulyo, jaraknya dari Ibu kota Kabupaten sekitar 18 kilometer. Kecamatan Mapilli berbatasan dengan Kecamatan Bulu di sebelah utara, Kecamatan Wonomulyo dan Tapango di sebelah timur, Kecamatan Luyo di sebelah barat dan teluk mandar di sebelah selatan. Sehingga jika ditinjau dari daerah wilayah Kecamatan Mapilli sangat strategis melakukan kegiatan perekonomian seperti berdagang sayur keliling. Dan apabila dilihat dari jalur timur terdapat pasar induk yang berada di Wonomulyo yang merupakan pasar pusat pedagang sayur keliling yang jaraknya hanya 3 kilometer dari daerah Kecamatan Mapilli. Sedangkan jalur barat, utara, dan selatan merupakan alur yang sangat potensi dalam berdagang sayur keliling karena jalur utara merupakan

pengunungan yang jauh dari pasar, Sedangkan jalur barat merupakan daerah yang terdapat beberapa sungai yang biasa menjadi kendala orang malas pergi berbelanja, sedangkan daerah selatan banyak pesisir pantai. Hal-hal tersebutlah yang menjadi dasar keinginan untuk menjadi pedagang sayur keliling.

Menurut data yang diperoleh peneliti pedagang sayur keliling yang terdapat di Kecamatan Mapilli yang terdiri dari 11 desa berjumlah \pm 30 orang.

2. Penduduk

Penduduk Kecamatan Mapilli pada tahun 2014 tercatat sebesar 28.199 jiwa yang terdiri dari laki-laki sebesar 13.789 jiwa dan perempuan sebesar 14.410 jiwa yang tersebar disatu kelurahan dan sebelas desa. Desa Kurma mempunyai jumlah penduduk terbesar yakni sebesar 3.684 jiwa, sedangkan desa yang mempunyai penduduk terkecil adalah desa Sattoko yakni sebesar 635 jiwa. Kepadatan penduduk Kecamatan Mapilli sebesar 303 jiwa per km. Bila dilihat pada satu kelurahan dan sebelas desa yang ada, maka desa Bonne-Bonne menempati posisi terdapat yaitu dengan kepadatan sebesar 950 jiwa per km, disusul desa Bondra dengan kepadatan sebesar 962 jiwa per km, sedangkan desa paling rendah tingkat kepadatan penduduknya adalah desa Landi Kanusuang dengan kepadatan sebesar 107 jiwa per km.

Tabel.

**LAPORAN PENDUDUK
BULAN : SEPTEMBER 2016
KECAMATAN MAPILLI**

NO	DESA/KELURAHAN	JUMLAH	PENDUDUK AWAL BULAN		
		KK	L	P	L+P
1	MAPILLI	654	1283	1443	2726
2	RUMPA	723	1308	1479	2787
3	BUKU	636	1285	1356	2641
4	RAPPANG BARAT	699	1393	1425	2818
5	SEGERANG	462	862	837	1699
6	UGI BARU	779	1531	1585	3116
7	BONDRA	890	1556	1578	3134
8	KURMA	940	1880	2049	3929
9	BONNE-BONNE	603	1153	1204	2357
10	REROANGIN	419	834	843	1677
11	SATTOKO	181	378	389	767
12	LANDI KANUSUANG	570	1187	1141	2328
	JUMLAH	7556	14650	15329	29979

3. Pendidikan

Banyaknya murid sekolah sekecamatan Mapilli yang terdaftar mulai dari pra sekolah (TK) hingga SLTA pada tahun 2014 sebanyak 5.384 anak. Dari jumlah murid tersebut bila dirinci menurut tingkat pendidikan yang ditempuh maka berturut-turut sebagai berikut : murid TK Negeri sebanyak 50 orang, SD sederajat sebanyak 3.761 orang, SLTP sederajat sebanyak 895 orang, dan SLTA (MAN) sebanyak 678 orang.

4. Kesehatan

Peningkatan pelayanan kesehatan tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai. Diwilayah Kecamatan Mapilli terdapat puskesmas yang berlokasi di kelurahan Mapilli selain itu juga ditunjang adanya tenaga medis dan paramedis.

5. Pertanian

Di Kecamatan Mapilli pada tahun 2014, tanaman pangan seperti padi sawah luas tanamnya 5.047 ha, luas panennya 5.208 ha, produksinya 35.414.40 ton, tanaman jagung luas tanam 3 ha, luas panen 53 ha, produksinya 230,02 ton, sedangkan tanaman ubi kayu luas tanamnya 2 ha, luas panennya 5 ha, dan hasil produksinya 61,70 ton.

Selain tanaman pangan ada juga tanaman perkebunan yang ada di kecamatan Mapilli antara lain kelapa dalam yang produksinya sekitar 3.488,96 ton, kepala hybrida produksinya sekitar 40,86 ton, kopi robusta produksinya sekitar 2,66 ton, kakao produksinya sekitar 3.166.24 ton, jambu mente produksinya sekitar 0,38 ton, kemiri produksinya sekitar 2.100 ton, kapok produksinya sekitar 1.08 ton, dan sagu produksinya sekitar 1.75 ton. Adapun hasil pertanian lainnya seperti tanaman sayuran antara lain bayam produksinya 2.3 ton, kangkung produksinya 2.4 ton, cabe hasilnya sekitar 5.25 ton, tomat produksinya 10.5 ton, sawi produksinya 5.5 ton dan terong produksinya 6.3 ton, ada juga tanaman buah-buahan seperti jambu biji, durian, nenas, nangka, pisang, pepaya, mangga, durian, rambutan, sukun, dan langsung.

Selain yang diatas ada juga berbagai macam ternak yang ada antara lain, sepi 5.946 ekor, kambing 1.332 ekor, ayam buras 253.764, itik 113.606 ekor dan kuda sebanyak 67 ekor.

6. Industri dan Jasa

Penduduk di Kecamatan Mapilli selain berstatus sebagai pegawai negeri sipil, petani sawah atau petani kebun ada juga yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dibidang industri dan jasa.

Kecamatan Mapilli ada berbagai macam usaha penggalian antara lain penggalian pasir, sirtu, kerikil, batu kali, batu gunung, dan batu pecah. Disamping itu terdapat juga beberapa usaha industri seperti makanan atau minuman, minyak kelapa, gula merah, atap rumbia, dll. Ada juga usaha angkutan jalan raya atau transportasi antara lain penyeberangan sungai, angkutan mobil truk, angkutan mikrolet, angkutan panther, angkutan becak, angkutan ojek, dan angkutan dokar. Selain itu juga jasa perorangan antara tukang listrik, electone/band, pembantu rumah tangga, tukang cuci kendaraan, tukang kasur, tukang photo keliling, bengkel mobil, bengkel motor, bengkel sepeda, reparasi radio/tv, penjahit, persewaan alat pesta, tukang emas tukang jahit, penjahit sepatu, fotocopy, reparasi jam, salon kecantikan, perias pengantin, laundry dan usaha tv kabel.

7. Kondisi Geografi dan Iklim

Kecamatan Mapilli berada diantara kecamatan Luyo dan Kecamatan Wonomulyo, jaraknya dari ibu kota Kabupaten sekitar 18 km. Kecamatan Mapilli berbatas dengan Kecamatan Bulu disebelah utara, Kecamatan Wonomulyo dan

Tapango disebelah timur, Kecamatan Luyo disebelah barat dan Teluk Mandar di sebelah Selatan.

Berdasarkan data luas wilayah yang diperoleh dari badan pemberdayaan Masyarakat dan pembangunan Desa, di Kecamatan Mapilli, Desa yang paling luas wilayahnya adalah Desa Landi Kanusuang, dan Desa yang paling kecil wilayahnya adalah Desa Segerang.

Untuk keadaan curah hujan di Kecamatan Mapilli selama tahun 2014 curah hujan tertinggi di bulan Desember berkisar 277 mm dan curah hujan terendah di bulan februari berkisar 15 mm.

B. Analisis Strategi dagang yang di terapkan pedagang sayur keliling dalam perspektif ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat.

Pedagang sayur merupakan suatu jenis pekerjaan mulia yang banyak berkembang dimasyarakat dewasa ini, khususnya di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar. Hal ini terjadi karena tuntutan ekonomi dan kebutuhan masyarakat yang semakin besar. Masyarakat Kecamatan Mapilli merupakan mayoritas yang pekerjaan utamanya bergantung dari hasil pertanian, namun hasil yang diperoleh dari hasil pertanian tersebut tidak bisa menutupi kebutuhan masyarakat maka dari itu masyarakat mengambil alternatif lain sebagai pedagang sayur keliling untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari.

Seperti umumnya para pedagang yang lain, pedagang sayur pun memiliki strategi dalam melakukan pemasaran (penjualan dan perdagangan) produk. Hal ini penting karena jumlah peminat, pedagang sayur yang bertambah dan persaingan dalam mencari pelanggan sehingga hasil yang akan diperoleh para pedagang bisa maksimal. Berbagai macam strategi, strategi yang bisa diterapkan oleh para pedagang baik itu strategi yang baik (tidak sesuai dengan prinsip Islam) maupun strategi yang sesuai dengan prinsip Islam. Strategi yang baik adalah strategi yang bisa bersahabat dengan produsen dan konsumen, artinya kedua belah pihak harus diuntungkan inilah inti dari ajaran Islam yang mewajibkan untuk menyelaraskan hubungan kepada Allah dan kepada sesama manusia.

Setiap kegiatan umat Islam dalam kehidupan baik secara *vertical* maupun *horizontal*, telah diatur dengan ketentuan-ketentuan agar sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah. Hal yang mendasari setiap perbuatan itu dilandaskan pada sumber-sumber hukum yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Rasulullah saw, mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika ke-Islaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala, dalam (QS. An-Nisaa: 29).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu⁹²

Berdasarkan ayat tersebut, Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang, Berdagang penting dalam Islam begitu pentingnya hingga Allah Swt, menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi nabi ini menunjukkan Allah Swt mengajarkan dengan kejujuran yang dilakukan oleh Muhammad bin Abdullah saat beliau menjadi pedagang bahwa dagangnya tidak merugi, namun malah menjadikan beliau pengusaha sukses. Oleh karena itu, umat Islam (khususnya pedagang) hendaknya mencontoh beliau saat beliau berdagang.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan ada beberapa strategi dagang yang diterapkan oleh para pedagang sayur keliling di kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar :

1. Strategi dalam menetapkan harga.

Strategi yang dilakukan oleh Pedagang sayur keliling dalam menetapkan harga dengan cara melihat harga pokok terlebih dahulu agar bisa memberikan harga kepada pembeli dengan harga yang terjangkau dan sekaligus mendapat keuntungan.

⁹²Al-Hikmah, *An-Nisa* (4) : 29,(Cet 6 ; Bandung : Diponegoro, 2007) , h. 83

2. Strategi dalam penjualan barang (produk)

Dalam penjualan barang agar cepat laku pedagang sayur keliling mempromosikan barangnya kalau barangnya ini masih sangat segar dan berkualitas,

3. Strategi dalam mencari pelanggan dan mempertahankan pelanggan.

Untuk mencari pelanggan dan mempertahankan pelanggan pedagang sayur keliling harus selalu memperlihatkan keramahan, serta memberikan bonus atau memberikan pinjaman (utang) kepada pembeli sehingga mereka merasa di mudahkan dalam berbelanja dan merasa nyaman.

4. Strategi dalam pengambilan keuntungan.

Pengambilan keuntungan dengan cara membagi sayuran menjadi beberapa bagian sehingga bisa mendapat keuntungan yang dapat disesuaikan dengan modalnya.

Adapun jenis-jenis sayuran yang perdagangkan sebagai berikut :

Jenis Sayur-Sayuran	Jenis produk lain yang dijual
1. Bayam	1. Kue-Kue
2. Kangkung	2. Minyak
3. Kol	3. Ikan
4. Wortel	4. Tempe
5. Labu Siam	5. Tahu
6. Labu Kuning	6. Kerupuk
7. Kacang Panjang, toge, sop dll.	7. dll.

Tingginya kecenderungan para pedagang mengabaikan etika dan rasa keadilan yang sering diwarnai praktek-praktek tidak terpuji, harus segera diantisipasi guna menyelaraskan kegiatan ekonomi agar sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dalam kegiatan bermuamalah.

Pemahaman para pedagang terhadap etika lebih cenderung pada sisi emosional saja dan terkadang mengesampingkan konteks bisnis itu sendiri. Padahal dalam ajaran Islam tidak hanya ajaran ibadah, melainkan juga masalah muamalah. Oleh karena itu sangat penting untuk menerapkan etika terhadap para pedagang.

Syariah Islam memberikan aturan hukum dan standar etika yang berhubungan dengan konsep bisnis. Seperti dalam hal kepemilikan, keadilan, harga, dan persaingan serta hubungan antara pedagang dan pembeli.

Namun pada kenyataannya penulis melihat banyaknya terjadi penyimpangan ataupun pelanggaran lebih disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai etika bisnis Islam dalam melakukan strategi dagangnya, sehingga dalam melakukan perdagangan, pedagang khususnya pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli ada beberapa yang sering mengabaikan etika.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut :

1. Jujur dalam menakar dan menimbang
2. Menjual barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak menyembunyikan cacat barang
5. Tidak melakukan sumpah palsu

6. Tidak melakukan riba.⁹³

Adapun hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli diantaranya yaitu :

Hasil wawancara dari salah seorang pedagang sayur keliling yang bernama Ibu Marjan, yang telah 16 tahun menjadi pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli menyatakan bahwa :

“Saya sedikit memahami masalah strategi dagang. Menurut saya dalam berbisnis boleh saja mencari keuntungan sebanyak-banyaknya asal jangan sampai merugikan konsumen ataupun pedagang lain. Cara berdagang saya sudah 80% sesuai dengan syariat Islam, meskipun kadang-kadang saya juga sedikit melakukan kecurangan.”⁹⁴

Responden lain yang bernama Bapak Salman, juga mengaku salah seorang pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli. Mengaku bahwa mengenai strategi dagang pun dia tidak tau apa-apa terlebih mengenai strategi dagang dalam perspektif ekonomi Islam.⁹⁵

Dengan adanya pernyataan yang dikemukakan oleh pedagang tersebut di atas, maka kita sama-sama tahu bahwa para pedagang sayur keliling mengenai strategi dagang dalam perspektif ekonomi Islam itu sendiri masih sangat kurang.

“Saya berdagang di sini sudah 6 Tahun selama itu pula saya melakukan kegiatan berdagang dengan strategi dagang yang sering dilakukan oleh beberapa pedagang lainnya dengan selalu berfikir bagaimana mendapatkan

⁹³Baharuddin Salam, *Etika Sosial Asas Moral dalam Kehidupan Manusia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 23.

⁹⁴Hasil wawancara dengan Ibu Marjan, 39 Tahun, salah satu pedagang sayur keliling, tanggal 20 oktober 2016 di wilayah kecamatan Mapilli.

⁹⁵Hasil wawancara Bapak Salman, 36 Tahun, salah satu pedagang sayur keliling, tanggal 20 oktober 2016 di wilayah kecamatan Mapilli.

keuntungan yang besar setiap hari demi mencukupi kebutuhan keluarga kami setiap harinya.” Kata Bapak Syarifuddin.⁹⁶

Namun ada responden yang mengaku dalam berdagang beliau jujur, tidak mau merugikan pembeli karena menurutnya pembeli merupakan mitra bisnis. Ia sangat tidak ingin melakukan kecurangan bukan hanya karena takut kehilangan pembeli, akan tetapi ia mengaku takut kepada Allah Swt. Sehingga dalam melakukan kegiatan sehari-hari termasuk berdagang harus sesuai dengan prinsip Islam.

Dari beberapa pernyataan responden tersebut mengindikasikan bahwa ternyata pemahaman pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli terhadap perspektif ekonomi Islam khususnya dalam strategi dagang dalam perspektif ekonomi Islam sangatlah kurang. Sekalipun ada beberapa diantara mereka paham tentang etika, namun kemudian tidak serta merta mereka komit dan mengaplikasikannya di dunia bisnis secara riil. Karena terkadang mereka dihadapkan pada kondisi yang mengharuskan mereka untuk sedikit berbuat curang.

Selain dari penelusuran penulis sendiri, penulis juga melakukan wawancara terhadap beberapa pembeli dan para pelanggan. Pada umumnya para pembeli mengaku pernah bahkan sering mendapati transaksi yang terkadang merugikan mereka tetapi mereka juga berkata bahwa dengan adanya penjual sayur keliling kami sebagai ibu-ibu rumah tangga bisa lebih mudah berbelanja bahan sembako seperti sayur-sayuran dan lainnya. Walaupun memang terkadang kami mendapati ada

⁹⁶Hasil wawancara dengan Bapak Syarifuddin, 40 Tahun, salah satu pedagang sayur keliling, tanggal 20 oktober 2016 di wilayah kecamatan Mapilli.

beberapa jenis barang dagang mereka yang kurang segar lagi untuk sayur-sayuran ataupun semisal ikan yang kurang segar. Namun penulis hanya merangkum beberapa hasil wawancara saja karena hasil wawancara yang penulis dapatkan umumnya memiliki jawaban yang sama.

Salah seorang responden, Ibu Rosita. Mengaku pernah mengalami kecurangan dalam bentuk jenis barang yang katanya tidak segar lagi, misalnya sayur dan ikan yang sudah tidak segar.

Dari sikap pedagang yang semacam ini sudah jelas sangat bertentangan dengan apa yang telah diperintahkan Allah Swt. Karena adanya kebohongan dalam melakukan strategi pemasarannya dengan menyembunyikan kekurangan dari jenis barang yang di jual.

Dari hasil wawancara kepada responden, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli sebagian besar belum menerapkan strategi dagang dalam perspektif Islam. Sebagian pedagang sayur keliling masih sering melakukan kecurangan-kecurangan kepada pembeli. Tingkat kecenderungan para pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli dalam melakukan kecurangan disebabkan karena tidak ingin mengalami kerugian dalam bertransaksi sehingga dalam hal tersebut justru merugikan orang lain dan perbuatan tersebut bertentangan dengan Prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Ada beberapa bentuk kecurangan disetiap transaksi yang sering terjadi dan saya sebagai penulis merasakan hal tersebut. Seperti halnya yang seringkali tidak sesuai dengan apa yang diinginkan para pembeli semisal kualitas barang yang

terkadang berbeda dengan kenyataannya dan disinilah terdapat ketidak jujuran seorang pedagang karena mereka menyembunyikan kejelekan dari barang dagangannya tersebut.

Terlihat sangat jelas bahwa kecurangan dalam berbagai bentuk ini sangat merugikan pihak konsumen. Faktor terbesar seringkali terjadi kecurangan dalam transaksi dipengaruhi oleh motivasi utama para pedagang sayur keliling yang ingin memperoleh keuntungan sebanyak mungkin dan cenderung mengabaikan motivasi utama dalam berdagang, yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal ini pembeli. Sehingga pembeli dianggap sebagai ladang penghasil uang bukan sebagai mitra bisnis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang penulis kemukakan dalam bab-bab sebelumnya dan setelah melakukan penelitian tentang strategi dagang yang diterapkan pedagang sayur keliling dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Mapilli Kabupaten polewali mandar sulawesi barat, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Sebagian besar pedagang sayur keliling yang ada di wilayah kecamatan Mapilli belum menerapkan strategi dagang sesuai dengan perspektif ekonomi Islam, hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Bahwa sebagian besar pedagang sayur keliling di Kecamatan Mapilli kurang memahami masalah strategi dagang dalam perspektif ekonomi Islam, sehingga mengabaikan tanggung jawab sebagai pedagang dan merugikan pembeli ataupun pedagang lainnya.
2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai macam strategi dagang yang di terapkan oleh para pedagang sayur keliling di kecamatan mapilli diantaranya ; Strategi dalam menetapkan harga, Strategi dalam penjualan barang (produk), Strategi dalam mencari pelanggan serta mempertahankan pelanggan dan Strategi dalam pengambilan keuntungan.

B. Saran-saran

Adapun masukan yang berkenaan dengan penelitian dan pembahasan skripsi ini yang perlu diperhatikan demi kebaikan bersamaan yaitu :

1. Pembahasan mengenai strategi dagang yang diterapkan oleh pedagang sayur keliling dalam perspektif ekonomi Islam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga penyusun mengharapkan kekurangan-kekurangan tersebut dapat digunakan sebagai kajian-kajian untuk peneliti berikutnya dan dapat melengkapi kekurangan yang berkaitan dengan Perspektif ekonomi Islam terhadap strategi dagang.
2. Kepada usahawan yang saat ini belum menerapkan strategi dagang dalam perspektif ekonomi Islam, hendaklah mempelajari dan kemudian mencoba untuk menerapkan secara berkesinambungan agar mendapatkan ridho dari Allah Swt.

Demikian penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebatas kemampuan penulis, semoga dapat menambah khasanah keilmuan meskipun masih banyak kekurangan. Untuk itu penyusun sangat berharap adanya kritik dan saran untuk menyempurnakannya atas semua kekurangan dan kekhilafan yang ada, penulis senantiasa berharap ampunan dan pertolongan Allah Swt.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syariah*, Cet 1, Jakarta :Sinar Grafika, 2008.
- Arijanto Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, , Cet. 1 ; Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta : Rajawali, 2008.
- Alma Buchari, *Kewirausahaan*, cet 16 ; Bandung :Alfabeta, 2010 .
- AzizyQodry, *Pemikiran Islam Kontemporer di Indonesia*, Yogyakarta :PustakaPelajar, 2005.
- Badroen Faisal & Mufraeni Arief. M, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet 1, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Berwawasan Kesehatan, Cet 1 ; Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010.
- Baharuddin Salam, *Etika Social AsasMoral dalamKehidupanManusia*, Jakarta:Rineka Cipta,1997
- Burgan bungin, *PenelitianKualitatif*, Jakarta :Kencana, 2009.
- Doi I Rahman A, *Penjelasan Lengkap Hukum-Hukum Allah Syariah*, PT cet 1 ; Jakarta : . Raja Grafindo Persada,, 2002.
- Desjardins Joe & Hartman P. Luran, *Etika Profesi Sanitarian dan Pengembangan*Agoes Sukrisno, *Etika Bisnis Dan Profesi*, Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta, 2009.
- Fauzi Yunia Ika, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana Prenadsa Media Group, 2013
- Hulwati, *Ekonomi Islam*, Cet 1 ; Kertamukti : Ciputra Press Group, 2006.
- Ichsan Ahmad, *Hukum Dagang*,cet.1, ; Jakarta : Pradnya Paramita, 1976.
- Jusmaliana, *Bisnisberbasissyariah*, Jakarta :BumiAksara, 2008
- Kuncoro Mudrajab, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta :Erlangga, 2006.

- Kasmir, *Kewirausahaan*, Ed. 1 ; Jakarta : PT. Rajagrafindo persada, 2006.
- Nasution Edwin Mustafa & Mufraeni Arief Muhammad, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta : Kencana Prenada, 2010.
- Nur Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, Cet 1; Bandung : CV. Pustaka Setia, 2015.
- Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta :Dian Rakyat, 1983.
- Sardjono Agus, *Pengantar Hukum Dagang*, cet 1 ; Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sukrisno Agoes, *Etika Bisnis dan Profesi*, Jakarta : Salemba Empat, 2009.
- Todaro Michael P, *Ekonomi untuk Negara Berkembang*, , Ed. 3, Cet 1 ; Jakarta :PT. Bumi Aksara, 2000.
- Widijowati Dijan, *Hukum Dagang*, Yogyakarta : Andi Offset , 2012.
- Yoeti Oka A, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung : Angkasa, 1996.

lampiran-lampiran

Lampiran I :

Pedoman Wawancara
(Para Pedagang Sayur Keliling)

1. Sejak tahun berapa berdagang sayur keliling ?
2. Jenis sayuran apa saja yang diperdagangkan ?
3. Berapa banyak pelanggan dari awal sampai sekarang ?
4. Bagaimana strategi anda dalam mempertahankan pelanggan ?
5. Bagaimana strategi anda dalam mencari pelanggan ?
6. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menetapkan harga ?
7. Apakah bapak/ibu tahu apa itu strategi dagang dalam Islam ?
8. Bagaimana jika terjadi kerusakan pada barang atau jenis sayur yang dijual ?
9. Berapa banyak keuntungan yang diambil pada setiap jenis barang ?
10. Bagaimana cara mengatasi suatu kenaikan harga ?
11. Bagaimana jika ada barang yang kembali (tidak habis terjual) ?

Pedoman Wawancara
(Para Pembeli)

1. Kenapa Anda berbelanja pada pedagang sayur keliling ?
2. Apakah Anda merasa puas berbelanja pada pedagang sayur keliling ?
3. Bagaimana pendapat Anda tentang pedagang sayur keliling di kecamatan Mapilli ?
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pedagang sayur keliling ?
5. Apakah Anda pernah melihat ada pedagang yang melakukan kecurangan ?

Lampiran 2 :

Daftar Informan

(Pedagang sayur keliling)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, jumlah pedagang sayur keliling yang ada diKecamatan Mapilli adalah \pm 30 Pedagang dari 30 pedagang, peneliti hanya mewawancarai 20 pedagang. Berikut ini adalah daftar pedagang sayur keliling yang dijadikan sebagai informan :

1. Nama : Syarifuddin

Umur : 41

2. Nama : Salman

Umur : 34

3. Nama : Nuraeni

Umur : 36

4. Nama : Hasnah

Umur : 38

5. Nama : Ita

Umur : 40

6. Nama : Ki'do

Umur : 40

7. Nama : Ca'ding

Umur : 42

8. Nama : Ani

Umur : 37

9. Nama : Kanna'da

Umur : 43

10. Nama : Nurun

Umur : 39

11. Nama : Murni

Umur : 43

12. Nama : Dahlia

Umur : 38

13. Nama : Marjan

Umur : 44

14. Nama : Ishak

Umur : 28

15. Nama : Firma

Umur : 32

16. Nama : Ruslan

Umur : 35

17. Nama : Saleh

Umur : 38

18. Nama : Acci

Umur : 38

19. Nama : Dahlan

Umur : 40

20. Nama : Icci

Umur : 39

Lampiran : 3











RIWAYAT HIDUP

Nama : Purnama
 Nomor Pokok/ NIM : 10200112060
 TTL : Katumbangan, 27 Maret 1994
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Asal : Rumpa Kab. POLMAN
 Kode Pos : 91352
 Telepon/HP : 0823 4355 3225
 Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam



Judul Skripsi

**Strategi Dagang Yang Diterapkan Oleh Pedagang Sayur Keliling Dalam
 Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar
 Sulawesi Barat.**

Penulis merupakan anak ke tiga dari pasangan **Hasanuddin Waris** dan **Hj. Nuraeni**. Pendidikan awal dimulai pada tahun 2002 di SDN 016 Ugi Bru dan selesai pada tahun 2007. Kemudian pada tahun 2007 melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Wonomulyo dan selesai pada tahun 2009. Pada tahun 2009 penulis melanjutkan pendidikan di MAN 1 Polman dan selesai pada tahun 2012. Kemudian di tahun 2012 penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dengan mengikuti jalur UMB dan mengambil jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sampai saat ini. Penulis berharap agar ilmu yang didapatkan selama duduk di bangku perkuliahan dapat diterapkan dalam masyarakat dan mendapatkan ridha Allah Swt. Amin